

CHAMADA DE TRABALHOS Nº 03/2021

IX ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD - EMA

LOCAL – Evento On-line

DATA – 25 e 26 de maio de 2021

1. APRESENTAÇÃO

O IX Encontro de Marketing da ANPAD - EMA será realizado nos dias 25 e 26 de maio de 2021, no formato on-line, sob promoção da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD e de responsabilidade da Divisão Acadêmica de Marketing – MKT.

O EMA é um espaço de discussão de temas científicos no âmbito da Divisão. Esta Chamada de Trabalhos é um convite aos pesquisadores e professores de quaisquer instituições do país e do exterior. O objetivo do evento é fomentar o desenvolvimento da área de estudos em Marketing, considerando os diferentes subsistemas e dimensões de análise, observando, preferencialmente, os Temas de Interesse destacados, por meio de artigos teórico-empíricos, ensaios teóricos e artigos tecnológicos.

2. PREMIAÇÕES

Neste evento será reconhecido o trabalho de diversas pesquisas, através de uma premiação institucional da ANPAD, conforme segue:

- 2.1. Prêmio Raimar Richers, para o Melhor Trabalho da Divisão, uma homenagem à inestimável contribuição do acadêmico ao desenvolvimento da área de Marketing no Brasil, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação da Divisão e Diretoria Científica e ao menos um convidado externo, a partir da indicação de melhor trabalho em cada tema.
 - i. O trabalho premiado terá, direito a regime de fast track no processo de avaliação em um dos periódicos da ANPAD (RAC e BAR).
 - ii. Todos os indicados ao prêmio receberão certificado de “menção honrosa”.
 - iii. Apenas submissões cuja opção seja publicação de trabalhos completos poderão concorrer a prêmio.
- 2.2 Prêmio de melhor trabalho decorrente de uma tese de doutorado (ANEXO I), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica.
- 2.3. Prêmio de melhor trabalho decorrente de uma dissertação de mestrado (ANEXO I), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica.
- 2.4. Prêmio de melhor avaliador (ANEXO II), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os indicados pelos líderes de cada tema.
- 2.5. Prêmio de Melhor Artigo Tecnológico ou Melhor Trabalho decorrente de Dissertação de Mestrado/Tese de Doutorado Profissional (ANEXO III), a ser escolhido pelo Comitê Científico e Coordenação de Divisão.
- 2.6. Prêmio Jovem Pesquisador (ANEXO IV), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, a partir dos seguintes critérios:
 - i. Atuação na academia a ser avaliada em termos de editoria de periódico, revisão de periódicos ou trabalhos de eventos, liderança de temas, coordenação de divisão, atuação junto à CAPES, CNPq, e ou fundações de apoio e ações afins. Todas essas

- ações devem refletir a atuação ad honorem do premiado, para o avanço dos temas relativos à Divisão.
- ii. O indicado deve ter no máximo 8 anos desde sua última titulação de doutor.
 - iii. Aderência do tema de pesquisa à Divisão;
 - iv. Relevância da produção científica dos últimos oito (8) anos;
- 2.7. Prêmio de trajetória acadêmica – Lifetime Achievement (ANEXO V), a ser escolhido pela Diretoria Científica e pela Presidência da ANPAD, a partir de uma lista tríplice indicada pela Divisão, a partir dos seguintes critérios:
- i. Atuação na Academia, a ser avaliada em termos de editoria de periódico, revisão, liderança de temas, coordenação ou ter sido membro de divisão da ANPAD, atuação junto à CAPES, CNPq, e ou fundações de apoio e ações afins. Todas essas ações devem refletir a atuação ad honorem do premiado, para o avanço dos temas relativos à Divisão.
 - ii. Reconhecimento externo, a partir da aprovação de bolsa DT, PQ ou similar; e ou de ao menos três projetos com financiamento extra IES;
 - iii. Relevância da produção científica dos últimos dez anos;
- 2.8 Prêmio de Reconhecimento por Serviços Prestados à Academia Brasileira de Marketing – MARKETING FELLOW (ANEXO VI), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão, Diretoria Científica e Presidência da ANPAD, com o propósito de homenagear o pesquisador de marketing com a maior contribuição para o engrandecimento da academia de marketing brasileira através de serviços prestados à esta, a partir dos seguintes critérios:
- i. Possuir o título mínimo de doutor;
 - ii. Ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
 - iii. Poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
 - iv. Ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
 - v. Ter sido participante ativo em diretorias, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros, relevantes para a o engrandecimento da academia de marketing no Brasil;
 - vi. Ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
 - vii. Ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 20 anos em ensino e pesquisa;
 - viii. Ser membro individual da ANPAD.
- 2.9 Prêmio de melhor artigo em marketing publicado em periódicos internacionais (ANEXO VII), por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os três trabalhos que obtiverem as melhores notas do comitê de avaliação constituído para o prêmio. Os seguintes critérios serão levados em consideração:
- i. Identificação da contribuição para o avanço do conhecimento em marketing;
 - ii. Rigor metodológico empregado;
 - iii. Impacto da Produção;
 - iv. Estrutura e consistência do artigo.
- 2.10 Prêmio de melhor artigo em marketing publicado em periódicos nacionais (ANEXO VIII), por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os três trabalhos que obtiverem as melhores notas do comitê de avaliação constituído para o prêmio. Os seguintes critérios serão levados em consideração:
- i. Identificação da contribuição para o avanço do conhecimento em marketing;
 - ii. Rigor metodológico empregado;
 - iii. Impacto da Produção;
 - iv. Estrutura e consistência do artigo.

Nota: Trabalhos que constem como autor/a coordenador/a de Divisão, membro de Comitê Científico ou Líder de Tema não poderão concorrer a prêmios na sua Divisão.

3. DATAS IMPORTANTES

- 07/12/2020 – Divulgação das Chamadas de Trabalho;
- 25/01/2021 – Abertura do endereço eletrônico para receber as submissões;
- 01/03/2021 – Data limite para submissão de trabalhos, **até 17h (horário de Brasília)**;
- 01/04/2021 – Divulgação dos resultados;
- 20/04/2021 – Data limite para inscrição de trabalhos selecionados;
- 03/05/2021 – Divulgação da programação completa na Internet;
- 25/05/2021 – Credenciamento e início do evento;
- 26/05/2021 – Encerramento do evento.

4. INSTRUÇÕES PARA A FORMATAÇÃO

O texto a ser submetido pelos autores conterá apenas **um arquivo de texto completo em PDF**, com o formato adiante indicado. Os próprios autores deverão gerar o arquivo em PDF antes da submissão na página do evento.

- 4.1. Tamanho: No ato da submissão, cada autor deverá enviar apenas o artigo completo em documento único de 6 a 10 páginas, incluindo título, resumo, palavras-chave, tabelas, figuras, referências e notas de final de texto.
Conteúdo da Primeira Página: Título do trabalho (com todas as palavras principais iniciando-se em maiúsculas); **Resumo** do trabalho contendo **até 150 palavras**, no mesmo idioma do trabalho. Palavras-chave: até cinco palavras-chave. Na sequência, início do texto propriamente dito, na mesma página.
- 4.2. Papel: A4 (29,7 x 21 cm)
- 4.3. Orientação do papel: retrato
- 4.4. Margens:
 - i. superior - 3 cm
 - ii. inferior - 2 cm
 - iii. direita - 2 cm
 - iv. esquerda - 3 cm
- 4.5. Fonte: *Times New Roman*, tamanho 12 em 100%
- 4.6. Espaçamento: simples
- 4.7. Texto: justificado
- 4.8. Paginação: inserir número de páginas no rodapé com alinhamento ao lado direito.
- 4.9. Notas: devem ser inseridas como notas de final de texto.
- 4.10. Referências, citações, quadros, tabelas e figuras devem seguir as normas mais recentes da ABNT ou APA.

5. INSTRUÇÕES PARA SUBMISSÃO

- 5.1. Os trabalhos deverão ser submetidos pela página da ANPAD (www.anpad.org.br), onde estarão disponíveis: campos de identificação e instruções para encaminhamento de arquivo eletrônico com o trabalho.
- 5.2. Os autores são os responsáveis para que os trabalhos estejam de acordo com as características e com os critérios técnicos apresentados neste edital.
- 5.3. Interessados em submeter trabalhos poderão inscrever de um a três trabalhos. A contagem do número de trabalhos não distingue autoria de coautoria.
- 5.4. Não será aceita múltipla submissão do mesmo trabalho.
- 5.5. Serão aceitos trabalhos submetidos em português, inglês ou espanhol.
- 5.6. A versão em PDF enviada será definitiva.

- 5.7. Os nomes dos autores não devem constar no arquivo do trabalho. Os dados dos autores devem ser incluídos na página própria do *site* de submissão. Não será aceita nenhuma modificação (inclusão, exclusão, substituição, ou alteração de nome, e-mail ou instituição) de autor(es), após a submissão.
- 5.8. No ato da submissão os autores devem certificar-se que o cadastro iANPAD esteja com as informações atualizadas. Estas informações constarão na submissão do trabalho.
- 5.9. Se após a submissão houver atualização no cadastro iANPAD, os dados no sistema de submissão não serão alterados. Para isso a submissão deverá ser cancelada e efetuada novamente, desde que seja realizada dentro do prazo constante neste edital para submissão de trabalhos.
- 5.10. Serão de exclusiva responsabilidade dos autores os prejuízos advindos da não atualização de dados pessoais e cadastrais.
- 5.11. Não será feita nenhuma modificação na grafia de nomes, instituições, ou qualquer outra parte do texto submetido ou das informações dadas na submissão.
- 5.12. Não será incluído nenhum agradecimento após a submissão do trabalho.
- 5.13. Agradecimento deve ser exclusivamente institucional.
- 5.14. Antes de realizar o *upload* de trabalhos, o autor deve se certificar de que os arquivos não estejam infectados com vírus. Trabalhos que não atendam a essa exigência serão excluídos.
- 5.15. Os trabalhos não podem, sob hipótese alguma, possuir identificação explícita (nome digitado no corpo do trabalho ou em seu resumo), identificação oculta, ou citação de obra dos mesmos autores de forma que permite a identificação de um ou de mais autores. Aqueles cuja autoria seja identificada serão excluídos do evento.
- 5.16. No ato da submissão dos trabalhos certifique-se de sua opção para a publicação: trabalho completo ou resumo, estando ciente que a opção de resumo impossibilita concorrer ao prêmio de melhor trabalho do Evento.
- 5.17. A ANPAD não se responsabiliza por submissões não concluídas devido a falha de comunicação, congestionamento das linhas de comunicação, falta de energia elétrica, por lentidão do servidor provocada pelo excesso de acessos simultâneos ou quaisquer outros fatores de ordem técnica, que impossibilitem a transferência de dados. Por essa razão, recomenda-se aos interessados que concluam o envio de seus trabalhos com antecedência, evitando eventuais dificuldades técnicas que, porventura, se verifiquem nos últimos dias do prazo de submissão.
- 5.18. Não serão recebidos trabalhos após o encerramento do período de submissões.
- 5.19. Reserve os 2 dias do EMA em sua agenda – 25 e 26 de maio de 2021. Caso seu artigo seja aprovado, ele poderá ser alocado em qualquer um desses dias. A ANPAD não atenderá solicitação de datas e/ou períodos para apresentação de artigos.

6. INEDITISMO DE TRABALHOS SUBMETIDOS A EVENTOS DA ANPAD

Cabe ao autor, no momento da inscrição, informar sobre o ineditismo do trabalho. Trabalhos aceitos/publicados em periódicos ou publicados como capítulos de livros, ou aceitos/apresentados em eventos da ANPAD serão considerados não inéditos e não poderão ser submetidos. A não consideração desta ressalva poderá acarretar impedimento de apresentação futura de trabalhos em encontros da ANPAD.

7. TRABALHOS CONVIDADOS

O Coordenador de Divisão poderá submeter um trabalho convidado para um dos temas de interesse de sua Divisão, devendo ser obrigatoriamente o primeiro autor.

8. AVALIAÇÃO

Sob a coordenação da Diretoria Científica, a Divisão julgará os trabalhos exclusivamente por sua qualidade. A seleção final a cargo da Diretoria Científica, levará em conta o resultado da avaliação, o número adequado para apresentação no encontro e de acordo com o tempo disponível.

Haverá uma avaliação inicial dos trabalhos submetidos pelo Coordenador da Divisão Acadêmica e Comitês Científicos, antes de envio dos textos para os avaliadores. Esta avaliação inicial tem a finalidade de identificar se o trabalho conta com requisitos mínimos – conceituais, metodológicos, redacionais e de formato – para ser considerado um texto científico.

Poderá haver permuta de trabalhos entre os temas de interesse da Divisão em que foi submetido, a critério da Coordenação da Divisão.

Serão avaliados apenas os trabalhos que cumprirem o prazo e as regras de submissão.

Não será permitida a substituição de arquivos dos trabalhos submetidos ao evento.

O processo de avaliação dos trabalhos é anônimo (*blind review*). Caso algum trabalho apresente a identificação de um ou mais autores, ele será excluído do processo de avaliação.

Cada trabalho será avaliado por, pelo menos, dois membros. Em caso de discrepâncias na avaliação, um terceiro membro será designado.

9. ANAIS ELETRÔNICOS

A inclusão dos trabalhos aceitos no programa do evento e nas páginas da *Internet* está condicionada ao pagamento da taxa de inscrição do(a) autor(a) no evento **até o dia 20 de abril de 2021**.

A inscrição é individual - por autor - e não por trabalho. Caso mais de um autor esteja presente no evento, todos deverão estar inscritos.

10. COORDENAÇÃO

Marketing – MKT

Coordenador: Emílio José Montero Arruda Filho – PPAD/UNAMA

Comitê Científico:

Delane Botelho – Mestr. e Dout. em Admin. de Empresas/FGV/EAESP

Maribel Carvalho Suarez – COPPEAD/UFRJ

Valter Afonso Vieira – PPA/UEM

Os trabalhos deverão, necessariamente, ser submetidos para avaliação, seleção e divulgação em um dos temas disponíveis.

11. FORMATO DAS APRESENTAÇÕES

Ao submeter seu trabalho, o/a(s) autor(es/as) aceita que ele seja apresentado em qualquer uma das modalidades que seguem. A decisão final quanto à forma das apresentações caberá às Divisões Acadêmicas e à Diretoria Científica. A opção será feita em decorrência das inter-relações entre os

trabalhos aprovados e a disponibilidade de tempo/espço. Não caberá recurso por parte dos autores em relação ao formato escolhido para suas apresentações.

11.1. Apresentação Tradicional

Trata-se de uma apresentação de no **máximo 15 minutos** para cada trabalho, seguida de debates imediatos ou ao final da sessão, a critério do coordenador da sessão. Utiliza-se apresentação de slides.

11.2. Sessão de Aprimoramento

Requer a leitura prévia de todos os trabalhos da sessão por parte de cada um dos autores/apresentadores, recomendando-se esse procedimento também aos membros da plateia. Cada autor terá até 10 minutos para apresentação do trabalho e, em seguida, serão realizados debates. Os trabalhos terão um debatedor designado previamente pelo coordenador da sessão. O debate será realizado ao final da última apresentação.

Nesta forma de apresentação não se utiliza apresentação de slides. A finalidade deste tipo de apresentação é a interação entre os autores/debatedores e, apenas secundariamente, com a plateia. A dispensa de slides visa proporcionar um caráter mais informal às apresentações. Esta sessão deve ser realizada prioritariamente por trabalhos que possam se beneficiar por uma crítica pontual, e aprofundada, realizada por um pesquisador sênior, com vistas a sua publicação definitiva.

11.3. Sessão Interativa

A sessão interativa constitui um espaço para debate de temas ou de questões específicas de interesse da comunidade acadêmica. O objetivo dessa é possibilitar maior integração e trocas entre pesquisadores com interesses comuns, bem como, maior profundidade e mais tempo para debate e geração de ideias.

Cada sessão é constituída por um conjunto de trabalhos aprovados que discutem a mesma temática. Os trabalhos serão encaminhados pelo coordenador(s) da sessão a todos os autores da sessão, para que sejam lidos, evitando a necessidade de apresentação. O coordenador encaminhará também, antecipadamente, aos autores, um roteiro de questões transversais e norteadoras aos trabalhos da sessão. Por este motivo, sugere-se ao público interessado na sessão, a leitura prévia dos trabalhos, sem a qual sua participação ficará muito limitada. O coordenador da sessão é membro do comitê científico, líderes de tema ou um convidado pela coordenação da Divisão, sempre que sejam vinculados a Programas filiados à Anpad.

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

O não comparecimento a qualquer encontro realizado sob o patrocínio e no âmbito da ANPAD, para apresentação de trabalho aceito, implicará o impedimento do(s) autor(es) de submeter(em) trabalhos para qualquer encontro do ano corrente e do ano subsequente.

Ao submeter seu trabalho, o autor aceita compulsoriamente ser avaliador no evento. A seleção dos avaliadores estará a cargo da Divisão Acadêmica, a partir do perfil estabelecido pela Diretoria Científica

Cada Chamada de Trabalhos possui um edital específico, que deve ser lido pelo interessado antes de confirmar sua inscrição no evento. A submissão do trabalho implica na aceitação total e incondicional de todas as disposições, normas e instruções constantes neste edital, nos comunicados e em outros documentos publicados pela ANPAD.

Os itens deste edital poderão sofrer modificações e atualizações enquanto não consumada a realização do evento. Todas as modificações e/ou atualizações serão publicadas no sítio eletrônico da ANPAD, na seção do evento.

13. CONTATO

Secretaria da ANPAD
Fone (44) 98826-2467
E-mail: secretaria@anpad.org.br

Valmir Emil Hoffmann
Diretor Científico

Antônio Carlos Gastaud Maçada
Diretor-Presidente da ANPAD

Com anuência da Diretoria eleita para o triênio 2021-2023.

Claudia Cristina Bitencourt
Diretora Científica

Alketa Peci
Diretora-Presidente da ANPAD

ANEXO I

EDITAIS PARA OS PRÊMIOS DE MELHOR TRABALHO DECORRENTE DE UMA TESE DE DOUTORADO E MELHOR TRABALHO DECORRENTE DE UMA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar nos dias 25 e 26 de maio de 2021, a Divisão de Marketing da ANPAD voltará a premiar o melhor artigo decorrente de uma tese de doutorado e melhor trabalho decorrente de uma dissertação de mestrado.

Esses prêmios reconhecem a excelência científica das dissertações e teses de marketing submetidas ao nosso congresso, por meio dos artigos científicos derivados daquelas dissertações ou teses, e que foram aprovados para apresentação durante o Evento.

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo.*

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o orientador da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para mkt@anpad.org.br, até 09/04/2021, informando:

- a. Nome do aluno, última titulação e vínculo institucional da dissertação ou tese (Universidade/Programa de pós-graduação)
- b. Título da dissertação ou tese
- c. Título e número de registro do artigo aprovado no Encontro de Marketing (EMA) (ex: MKT9999)
- d. Justificativa da indicação do artigo

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO II

EDITAL PRÊMIO MELHOR AVALIADOR

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar nos dias 25 e 26 de maio de 2021, a Divisão de Marketing da ANPAD premiará o Melhor Avaliador da Divisão de Marketing da ANPAD. A premiação será repetida a cada três anos, durante o EMA.

O objetivo desta premiação é reconhecer o importante trabalho prestado pelos revisores de artigos em nossos eventos científicos. São com base nas contribuições destes revisores que muitos dos trabalhos em andamento avançam em qualidade e se tornam artigos finais em revistas acadêmicas.

Os Líderes de Tema da Divisão de Marketing indicarão os melhores pareceristas dos seus respectivos temas, podendo encaminhar até 3 (três) sugestões de nomes, com os respectivos pareceres.

O melhor parecerista será selecionado com base nos seguintes critérios:

- I) O parecerista deverá ter revisado para os eventos da ANPAD nos últimos 2 anos ou 3 eventos;
- II) O parecerista deverá ter fornecido pareceres de qualidade aos eventos. Por um parecer de qualidade se entende:
 - a. pareceres entregues dentro do prazo exigido;
 - b. parecer contendo avaliação crítica e assertiva de cada um dos seguintes itens de um artigo: lacuna de pesquisa, fundamentação teórica, rigor dos procedimentos metodológicos, discussão e contribuições da pesquisa. Por avaliação assertiva se entende aquela que mostra pontos fortes, pontos fracos e apresenta sugestões de melhoria.
 - c. homogeneidade na qualidade dos diversos pareceres emitidos.
- III) Feedbacks favoráveis dos autores no sistema da ANPAD;
- IV) Como critério de desempate, o parecerista deverá ter regularidade nas revisões, ou seja, ter contribuído com revisões nos últimos dois anos ou três eventos, e ter participado (presença física ou online) nestes eventos.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO III

EDITAIS PARA OS PRÊMIOS DE MELHOR ARTIGO TECNOLÓGICO OU DERIVADO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO / TESE DE DOUTORADO PROFISSIONAL

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar nos dias 25 e 26 de maio de 2021, a Divisão de Marketing da ANPAD voltará a premiar o melhor artigo tecnológico ou que seja derivado de dissertação de mestrado profissional/tese de doutorado profissional.

Esses prêmios reconhecem a excelência científica das dissertações e teses de marketing submetidas ao nosso congresso, por meio dos artigos científicos derivados daquelas dissertações, e que foram aprovados para apresentação durante o Evento.

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo, aplicação gerencial dos resultados.*

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o orientador da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para mkt@anpad.org.br, até 09/04/2021, informando:

- a. Nome do aluno, última titulação e vínculo institucional da dissertação ou tese (Universidade/Programa de pós-graduação)
- b. Título da dissertação ou tese
- c. Título e número de registro do artigo aprovado no Encontro de Marketing (EMA) (ex: MKT9999)
- d. Justificativa da indicação do artigo

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO IV

EDITAL PARA O PRÊMIO JOVEM PESQUISADOR

A Divisão de Marketing da ANPAD instituiu no ano de 2014 o *Prêmio Jovem Pesquisador em Marketing*. O quarto prêmio será entregue no Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em 25 e 26 de maio de 2021.

Esse prêmio reconhece a contribuição ao avanço do conhecimento na área de Marketing de pesquisadores brasileiros – associados ou não à ANPAD – que receberam seus títulos de doutores há, no máximo, 8 anos (entre 2013 e 2021).

Serão recebidas inscrições tanto dos próprios candidatos interessados – professores e pesquisadores de Marketing residentes no Brasil – quanto indicações de ex-orientadores.

Os critérios a serem utilizados para o julgamento das inscrições efetuadas incluem *inovação e rigor metodológico em publicações científicas do candidato que avançaram ou tenham potencial para avançar significativamente o conhecimento teórico e/ou metodológico no campo de Marketing*.

Para inscrição ao prêmio, o candidato ou seu ex-orientador, deverá enviar um memorial ao coordenador da comissão encarregada de proceder à avaliação dos candidatos inscritos ou indicados. Esse memorial deverá conter os seguintes dados:

- a. Identificação do candidato;
- b. Motivos pelos quais se candidata ou indica o candidato (máximo de 1 página);
- c. Formação do candidato;
- d. Publicações;
- e. Indicação de citações feitas a trabalhos que publicou;
- f. Bolsas, prêmios e distinções recebidos.

As inscrições deverão ser realizadas impreterivelmente até o dia 09/04/2021, por via eletrônica, encaminhando o memorial para o seguinte endereço: mkt@anpad.org.br.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO V

EDITAL PARA O PRÊMIO LIFETIME ACHIEVEMENT EM MARKETING

Com esse Edital a Divisão de Marketing da ANPAD institui o **Prêmio Lifetime Achievement**, concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear o pesquisador de marketing com a maior contribuição acadêmica ao longo da vida. Este prêmio será atribuído durante o próximo EMA, a se realizar nos dias 25 e 26 de maio de 2021.

A indicação inicial dos nomes para a premiação poderá feita pelos membros individuais da área de marketing da ANPAD. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O pesquisador qualificado para o prêmio deverá:

- a. possuir o título mínimo de doutor;
- b. ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
- c. poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
- d. é desejável que seja ou tenha sido bolsista PQ no CNPQ ou de outro órgão de fomento;
- e. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
- f. ter produção científica em revistas qualificadas e citações;
- g. ter contribuído para a formação de recursos humanos em nível de Pós-Graduação;
- h. ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
- i. ter inserção internacional (projetos conjuntos, intercâmbio, professor convidado, etc.);
- j. ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 20 anos em ensino e pesquisa;
- k. ser membro individual da ANPAD.

As indicações deverão ser realizadas impreterivelmente até o dia 09/04/2021, por via eletrônica, encaminhando o memorial para o seguinte endereço: mkt@anpad.org.br.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO VI

EDITAL PARA O PRÊMIO RECONHECIMENTO POR SERVIÇOS PRESTADOS À ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING – MARKETING FELLOW

Com esse Edital a Divisão de Marketing da ANPAD institui o **Prêmio Reconhecimento por Serviços Prestados à Academia Brasileira de Marketing – MARKETING FELLOW**, concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear o pesquisador de marketing com a maior contribuição para o engrandecimento da academia de marketing brasileira através de serviços prestados à esta, de sua presença em eventos da área no Brasil, participação ativa em órgãos de representação e de fomento, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros. Este prêmio será atribuído durante o próximo EMA, a se realizar em 25 e 26 de maio de 2021.

A indicação inicial dos nomes para a premiação poderá feita pelos membros individuais da área de marketing da ANPAD para o e-mail mkt@anpad.org.br, até 09/04/2021. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O pesquisador qualificado para o prêmio deverá:

- a. possuir o título mínimo de doutor;
- b. ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
- c. poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
- d. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
- e. ter sido participante ativo em diretorias, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros, relevantes para a o engrandecimento da academia de marketing no Brasil;
- f. ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
- g. ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 20 anos em ensino e pesquisa;
- h. ser membro individual da ANPAD.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO VII

EDITAL PARA O PRÊMIO DE MELHOR ARTIGO EM MARKETING PUBLICADO EM PERIÓDICOS INTERNACIONAIS

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em 25 e 26 de maio de 2021, a Divisão de Marketing da ANPAD irá a premiar o melhor artigo em marketing publicado em periódicos internacionais, por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras.

Esse prêmio reconhece a excelência científica dos trabalhos publicados no exterior, por pesquisadores brasileiros, nos últimos 3 anos (junho 2018 a maio 2021).

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo.*

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o autor principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para mkt@anpad.org.br, até 09/04/2021, informando:

- a. Nome dos autores e afiliação
- b. Título do trabalho publicado
- c. Cópia do trabalho original publicado com chancela da revista e data de publicação
- d. Justificativa da indicação do artigo

Os trabalhos devem ter sido publicados em revistas internacionais (não publicadas n Brasil) do extrato A conforme a última classificação emitida pela CAPES.

Cada autor poderá submeter somente 1 trabalho publicado. Cada trabalho deverá ter, pelo menos, um autor que esteja formalmente vinculado a um programa de pós-graduação stricto-sensu brasileiro em 2021.

Somente serão aceitos trabalhos publicados até a data limite de submissão ao prêmio. Não serão aceitos trabalhos em processo de avaliação em qualquer estágio, ou aceitos, mas ainda não publicados (Trabalhos publicados online antecipadamente a publicação impressa serão aceitos).

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO VIII

EDITAL PARA O PRÊMIO DE MELHOR ARTIGO EM MARKETING PUBLICADO EM PERIÓDICOS BRASILEIROS

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em 25 e 26 de maio de 2021, a Divisão de Marketing da ANPAD irá premiar o melhor artigo em marketing publicado em periódicos nacionais.

Esse prêmio reconhece a excelência científica dos trabalhos publicados no Brasil, por pesquisadores brasileiros, nos últimos 3 anos (junho 2018 a maio 2021).

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo.*

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o autor principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para mkt@anpad.org.br, até 09/04/2021, informando:

- a. Nome dos autores e afiliação
- b. Título do trabalho publicado
- c. Cópia do trabalho original publicado com chancela da revista e data de publicação
- d. Justificativa da indicação do artigo

Os trabalhos devem ter sido publicados em revistas do extrato A, conforme a última classificação emitida pela CAPES no ano de 2017, ou nas revistas brasileiras de marketing (REMARK, RIMAR e CBR). No caso destas últimas, os responsáveis pela indicação serão os editores dos respectivos periódicos. Estes poderão indicar até 3 trabalhos para concorrer ao prêmio.

Cada autor poderá submeter, no máximo, 1 trabalho publicado (excluindo indicação dos editores dos periódicos supracitados). Caso existam mais trabalhos com um mesmo autor, este deverá escolher qual submeter para apreciação. Se este critério não for observado, todos os trabalhos deste autor serão desconsiderados na avaliação.

Somente serão aceitos trabalhos publicados até a data limite de submissão ao prêmio. Não serão aceitos trabalhos em processo de avaliação em qualquer estágio, ou aceitos, mas ainda não publicados (Trabalhos publicados online antecipadamente a publicação impressa serão aceitos).

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD